

MODULE 1, ONDERDEEL A

Multiple choice vragen NIMA Online Marketeer:

Vraag 1 (1 punt)

Hoe wordt de ROAS van een Google AdWords campagne bepaald?

- Totala kosten van de campagne / Totale opbrengst van de campagne
- Aantal kliks van de campagne / Totale kosten van de campagne
- Totala omzet van de campagne / Totale advertentiekosten van de campagne
- Aantal kliks van de campagne / Aantal impressies van de campagne

Vraag 2

Tripadvisor is een website waarop reizigers kunnen zien wat andere reizigers melden over bepaalde hotels. Deze website is opgebouwd uit:

- User generated content
- Live chat
- Behavioural targeting
- Publishers

Vraag 3 (1 punt)

Een reguliere advertentie in Google AdWords bestaat uit?

- 1 Headline, 2 regels beschrijving, 1 URL
- 1 Headline, 1 regel beschrijving, 1 URL, 1 zichtbare URL
- 1 Headline, 2 regels beschrijving, 1 URL, 1 zichtbare URL, 1 foto
- 1 Headline, 2 regels beschrijving, 1 URL, 1 zichtbare URL

Vraag 4 (1 punt)

Wat is een belangrijk voordeel van het gebruik van AdWords?

- Je kunt je positie in de organische zoekresultaten een enorme stimulans geven
- Je verzamelt NAW-gegevens (naam, adres, woonplaats, etc.) van je klanten, die je later weer kunt gebruiken
- Het is erg eenvoudig om een winstgevende campagne op te zetten
- Je ziet direct resultaat, duidelijke kosten/baten en goede meetmogelijkheden

Vraag 5 (1 punt)

Welke van de onderstaande antwoorden over e-mailmarketing is juist?

- Onder doorklikratio wordt het percentage verstaan van iedereen die heeft doorgedrukt naar de webversie van je e-mail
- De doorklikratio kan je onder andere verbeteren door je e-mailbestand op te schonen en adressen eruit te halen die nooit je e-mails openen. Zo kan je het percentage openers die op een link hebben geklikt verhogen
- Onder doorklikratio wordt het percentage van ontvangers dat heeft doorgedrukt naar de bestelpagina van je aanbieding verstaan
- Een hoge doorklikratio is zeer belangrijk omdat de internet serviceproviders dit als een harde eis zien. Heb je een lage doorklikratio dan word je e-mail altijd als spam gekenmerkt en komt deze nooit in de inbox

Vraag 6 (1 punt)

Een klant bezoekt de site van uw organisatie via Startpagina.nl, een week later bezoekt de klant wederom uw site maar komt nu binnen via Google en gaat over tot een aankoop van 10 euro. Uitgaande van een lineair model voor conversie attributie, hoeveel omzet wordt toegerekend aan welke verkeersbron?

- a. Startpagina: 10 euro, Google: 10 euro
- b. Startpagina: 0 euro, Google: 10 euro
- c. Startpagina: 10 euro, Google 0 euro
- d. Startpagina: 5 euro, Google 5 euro

Vraag 7 (1 punt)

Waarom kiezen bedrijven ervoor om in Twitter een 'promoted trend' in te zetten?

- a. Een promoted trend kan goed worden getarget
- b. Een promoted trend is nauwelijks te onderscheiden van een trending topic, waardoor het niet-commercieel overkomt
- c. Promoted trends zijn goedkoper dan andere vormen van adverteren in Twitter
- d. Adverteerders kunnen zo een discussie rondom een zelfgekozen onderwerp aanjagen

Vraag 8 (1 punt)

Iemand probeert een PDF te downloaden. Hoe track je zo'n PDF-download in Google Analytics?

- a. De link naar de PDF bevat extra tracking die een event stuurt naar Google Analytics.
- b. Het is niet mogelijk om een PDF download te registreren in Google Analytics.
- c. Mensen wordt via een formulier op de website gevraagd of ze een PDF hebben gedownload nadat ze op de link naar de PDF klikken
- d. Door Google Analytics tracking-code op te nemen in het PDF-bestand.

Vraag 9 (1 punt)

Wat wordt **niet** gebruikt bij het bepalen van de quality score in Google Adwords?

- a. CPC
- b. CTR
- c. Ad-tekst / relevantie van het zoekwoord
- d. Relevantie van de landingspagina

Vraag 10 (1 punt)

Wat is een responsive design?

- a. Bij responsive design past de lay-out zich automatisch aan het scherm aan en kan er afhankelijk van het device andere visuals en content gebruikt worden
- b. Bij responsive design wordt er rekening gehouden met het ontbreken van een muis en toetsenbord bij mobiele telefoons. Een druk op een knop wordt zo meteen vertaald naar een muisklik
- c. Bij responsive design wordt de e-mail op kleinere beeldschermen verkleind weergegeven
- d. Responsive design is een techniek om flash te implementeren in een e-mail, zodat deze ook geschikt is voor kleinere schermen

MODULE 1, ONDERDEEL B

Case Greenpower wil met online marketing meer klanten aantrekken

Energieaanbieder Greenpower is een relatief nieuwe speler op de Nederlandse energiemarkt. Het bedrijf staat voor duurzaamheid en biedt alleen groene energie. Het onderscheidend vermogen is dat 100% van de energie opgewekt is in Nederland. Daarnaast investeert Greenpower een groot deel van de energie inkomsten in het verder ontwikkelen van duurzame energie.

De groene propositie sluit goed aan op de behoefte in de markt, maar doordat Greenpower een van de duurste aanbieders is, is het moeilijk om de omzet op peil te houden. Wekelijks stappen er 52 huishoudens over naar een goedkopere aanbieder en komen er zo'n 55 nieuwe klanten bij. Greenpower heeft voor het komende kwartaal als doel gesteld om 70 nieuwe aansluitingen per week te verkrijgen. Deze stijging in sales wil het bedrijf gaan realiseren door een actievere inzet van online marketing. De doelgroep gebruikt veel online media, waardoor het noodzakelijk wordt om op internet de doelgroep te bereiken. Daarnaast kunnen de marketingactiviteiten goed doorgemeten worden om de effectiviteit te bepalen en de optimalisatie kansen te ontdekken.

Voor het komende kwartaal ligt het mediabudget op € 200.000,-, waarvan 50% ingezet kan worden voor online sales. De middelenmix voor online sales bestaat uit: zoekmachinemarketing, display-advertising en conversieoptimalisatie. Met al deze vormen van online marketing heeft Greenpower slechts beperkte ervaring.

Vraag 11 (2 punten)

Wat is de maximale CPS (afgerond) die Greenpower het komende kwartaal kan betalen om de gewenste resultaten te behalen?

- a. €110
- b. €216
- c. €143
- d. €135

Vraag 12 (2 punten)

Welke vorm van online-advertisingtargeting levert naar verwachting de laagste CPO op?

- a. Geografische targeting
- b. Audience targeting
- c. Contextuele targeting
- d. Retargeting

Vraag 13 (2 punten)

Als blijkt dat de online advertisingcampagne weinig volume pakt in het aantal vertoningen en klikken, welke optimalisatie zal dan **geen** effect hebben op het verbeteren van het aantal bezoekers?

- a. De advertenties aanpassen
- b. De landingspagina aanpassen
- c. De biedingen aanpassen
- d. De targeting aanpassen

Vraag 14 (2 punten)

Op welke zoekwoorden zou Greenpower moeten adverteren als ze binnen het gestelde budget sales willen genereren via Google AdWords?

- a. Groene energie, groene stroom, windmolen , milieubewust leven
- b. Duurzame energie, windmolen energie, duurzame stroom, Greenpower
- c. Greenpower, energiemaatschappij duurzaam, zon, milieubewust
- d. Groene energie, Essent, Nuon, Greenchoice, duurzaamheid

Vraag 15 (2 punten)

Als Greenpower het conversiepercentage wil verhogen, met welke methode kunnen ze dan vrij snel **kwalitatieve** inzichten opdoen?

- a. Multivariate testen
- b. A/B-testen
- c. Online focusgroep
- d. Google analytics

Antwoorden

Vraag	Antwoord	exameneis
1	C	7.4
2	A	1.18
3	D	4.7
4	D	4.2
5	B	5.8
6	D	7.9
7	D	3.5
8	A	7.11
9	A	4.4
10	A	5.10
11	A	7.3
12	D	2.6
13	B	2.3
14	B	4.10
15	C	6.3

